

现代秘书系列教材

总主编 范立荣



商务会议组织与管理

主编 张丽琍



现代秘书系列教材

总主编 范立荣



商务会议组织与管理

主编 张丽珣

图书在版编目 (CIP) 数据

商务会议组织与管理/张丽琍主编
北京:中国人民大学出版社,2005
(现代秘书系列教材)
ISBN 7-300-06762-X

I. 商…
II. 张…
III. 商务-会议-组织管理学-教材
IV. C931.47

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 094059 号

现代秘书系列教材
总主编 范立荣
商务会议组织与管理
主编 张丽琍

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511239	(出版部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148	(门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275	(盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京密兴印刷厂		
开 本	787×965 毫米 1/16	版 次	2005 年 9 月第 1 版
印 张	16	印 次	2005 年 9 月第 1 次印刷
字 数	291 000	定 价	19.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总 序

随着我国社会主义市场经济的高速发展,党政机关、企事业单位、商贸系统的改革步伐不断加快,各行业对秘书的需求量越来越大,对秘书工作的要求也越来越高。在这一变化的影响下,秘书的职业意识在不断更新,工作内容在不断拓展,工作制度在不断完善。然而,能适应这一变化的训练有素、能力卓越的新型秘书人才却显得十分匮乏。很多院校的秘书专业和秘书培训部都在着力培养这类人才。所以,他们最急需的是符合 21 世纪时代特征的,具有丰富的秘书知识内涵、开阔的国际视野、很强的实用性和操作性的,新型的现代行政秘书和商务秘书系列教材。

鉴于此,我们遵照国务院批转教育部《2003—2007 年教育振兴计划》中“职业教育与培训创新”的精神,组织秘书专业的专家及教授偕同富有实践经验的秘书工作者,依照新型秘书应具备的知识结构和能力结构,量身打造,编写了这套集时代性与实用性于一身的高层次的现代秘书系列教材。

纵观本套教材,特点有三:

第一,具有前瞻性和现代性。本套教材立足于我国加入世贸组织后市场经济发展的前沿,借鉴了国际领先水平的秘书工作经验,从我国现实情况出发,对秘书工作从理论到操作的方方面面内容作了系统的介绍,论述详尽,阐发深入,紧跟时代发展的步伐。

第二,具有系统性和全面性。系统性是指这套教材是一个系统工程,是由办事、办文、办会等系列子系统组成的相互关联、衔接有序的动态系统。全面性是

指这套教材囊括了秘书工作的收集信息、协调、信访、调研、督检、文书、会务、接待、沟通、礼仪、办公自动化、速记技能等全部内容，可以说这是一套“秘书工作必读全书”。

第三，具有标准性和实用性。本套教材是遵照《秘书国家职业标准》进行编写的。学习这套教材，不仅有助于做好秘书工作，也有助于考取我国《秘书职业资格证书》。我国将实行“学历文凭+职业资格证书”并重的用人制度，世界各国之间也将开展职业资格互认，职业资格证书将成为国际职业的“通行证”。在这种趋势下，标准化教材就显得非常之重要。实用性体现在本套教材以实务为中心，使学生明确在工作中应做什么，怎样才能做好，怎样不断提高工作效率。

这套教材的编写框架和内容很新颖，将秘书应掌握的知识和技能贯穿于每一个模块中，重点明确而突出，简洁而实用，并配有经典案例及评析，融知识、技能、情趣于一炉，非常适合作为大中专院校秘书专业的教材，也可用于培训或自学。

最后，我们衷心希望本套教材的使用者能在轻松的学习中领悟秘书工作的真谛。

范立荣

2004年4月

前 言

人类社会进入了知识经济的时代后,社会发生着飞速变革。人们沟通交往的方式也由于高科技的发展而改变了许多,但会议作为最为普遍的交流形式,不但没有退出历史舞台,反而扮演着越来越重要的角色。世界各地几乎每时每刻都在举行着各种各样的会议,大到各种国际组织、国家机构,小到家庭内部或亲朋邻里,无论是国家之间建立外交关系,进行涉外交涉,还是一个国家、一个组织管理内部事务,对外开展政治、经济、科技、教育或文化方面的合作,抑或人们之间协调关系、交流思想、联络感情、解决矛盾,无不需要会议活动的帮助。因此,会议活动作为人类社会生活的重要组成部分备受人们的重视。

现代社会是信息高度发达的社会,人们召开什么类型的会议或者参加什么类型的会议,其最基本的也是共同的目的就是传递或者获取信息。因此可以说,会议的基本功能就在于信息分享,其他功能都由此而生发。在现代社会中,知识和信息的积累日益成为人们参与竞争的必要前提。而时间资源是有限的,信息资源也是有限的,这就需要人们认真研究会议学,以进行成功的会议组织与管理,这样才能实现会议的预期目标,发挥会议应有的效果。据调查,在过去 25 年里,会议的数量逐年稳步增加,会议正发挥着越来越不可替代的强大功能。据统计在我国每天召开的大小会议大约有 240 万个。

商务会议是一种向一定的目标人群或组织群体集中发送某种有用信息以便大家分享的重要媒介。由于市场经济的发展和国际交流的增多,商务会议已经成为一种产业。虽然每个商务会议都有其自身的目的和特点,但是对于商务会议的与

会者来说,各种商务会议都发挥着具有同样规律的、普遍趋同的功能。

本书在汲取国内外会议学研究成果的基础上,紧密结合我国商务秘书工作的实际,从商务会议组织与管理的角度,融会了国内外最新的商务会议组织与管理的理论、模式和经验,阐述了商务会议的概念与特点,商务会议的功能,商务会议的管理,商务会议的质量,商务会议的类型,商务会议的预算、审核、成本控制,商务会议营销策略,商务会议的信息工作,商务会议文件的拟制、印制与分发,商务会议视听设备的类型及使用,会议管理工作,商务会议的检查工作、联络工作、善后工作,以及秘书如何参加商务会议的组织与服务。

全书强调商务秘书应该怎样才能商务会议组织和服务工作中发挥自己应有的作用,成为一个称职的好秘书。对于其他从事组织、策划、管理、服务和承办的人员来说,本教材也是一本既有理论基础又有实践价值的基础教材,可供学习和参考。本书在理论上有一定的前瞻性,体现了商务会议组织与服务理论体系的完整性,并能够结合我国办会的实际情况,介绍了部分商务会议组织与服务工作中成熟的操作方法、原则、流程和成功范例。全书按案例导入、基本内容、本章小结、关键概念、课堂讨论题、复习思考题、案例分析题、工作实务题进行安排,突出了理论学习和实践操作相结合,注重培养学生分析和解决问题的能力。书中并配有小知识、小贴士、小案例、特别提示等栏目,用以扩展学生的知识面。本教材理论与实务均衡合理,可操作性强,案例分析得当。

本书编写分工是:张丽琍执笔第1章部分和第7章第1、3、4节及全书的审定、修改、总纂和定稿工作;武玉英执笔第1章部分;高秀娟执笔第2章;任锡源执笔第3章;刘萌执笔第4章;李秀兰执笔第5章;刘利执笔第6章;周季平执笔第7章第2节;冯亚华执笔第8章。

由于我们的水平与经验所限,本书中难免会有不妥与疏漏,甚至错误之处,恳请各位专家同仁和广大读者提出宝贵的意见和建议,以利本书不断充实完善,也使我们的学术水平不断提升。

张丽琍

2005年3月于中华女子学院

目 录

第一章 商务会议概述	(1)
第一节 会议与商务会议	(1)
第二节 商务会议的管理要素	(7)
第三节 商务会议的质量	(16)
第四节 商务会议的主要类型	(19)
第二章 商务会议的预算与成本控制	(39)
第一节 会议预算概述	(40)
第二节 会议的收入与支出	(47)
第三节 会议预算的审核	(51)
第四节 会议的成本控制	(55)
第五节 会议预算与会议策划的关系	(61)
第三章 商务会议的有效营销	(68)
第一节 会议的有效营销策略	(69)
第二节 商务会议的有效宣传	(78)
第三节 商务会议的有效公关	(86)
第四章 商务会议的信息工作	(97)
第一节 商务会议的信息类型	(98)
第二节 商务会议的信息收集	(101)

第三节	商务会议的信息加工	(107)
第四节	商务会议的信息传递	(117)
第五节	商务会议的信息利用	(125)
第六节	现代化商务会议的信息交流	(128)
第五章	商务会议文件的准备	(137)
第一节	商务会议文件的主要类型	(138)
第二节	商务会议文件的拟制	(140)
第三节	商务会议文件的印制与分发	(158)
第六章	会议视听设备的使用	(162)
第一节	商务会议视听设备的类型及使用	(163)
第二节	商务会议视听设备的检查和维护	(175)
第七章	商务会议的管理工作	(180)
第一节	会前的准备	(181)
第二节	接站与报到注册工作	(193)
第三节	会中的责任	(203)
第四节	会后的工作	(207)
第八章	商务会议中的服务工作	(221)
第一节	商务会议的检查工作	(222)
第二节	商务会议的联络工作	(227)
第三节	商务会议的其他服务	(230)
第四节	商务会议的善后工作	(232)
第五节	主管秘书如何参与商务会议服务工作	(235)
参考文献		(245)

第一章

现代秘书系列教材

商务会议概述



案例导入

2002年4月11日~14日,博鳌亚洲论坛在中国海南省博鳌举行,来自亚洲以及世界各地的部分国家政要、企业界人士、知名专家学者以及特邀嘉宾约1 000人出席了会议。会议以“新世纪、新形势、新任务——亚洲经济的合作与发展”为主题,讨论了世界经济走势对亚洲经济的影响、亚洲经济复苏对策与亚洲经济的合作、中国加入WTO与亚洲经济发展等问题,形成了“博鳌亚洲论坛宣言”。短短四天的会期,使得博鳌小镇的知名度急剧飙升。一夜之间,这个偏僻小镇一跃成为了国际对话的平台。有人说:“商务会议是现代城市的面包。”也有人说:“如果一座城市在召开大型国际会议,就如同一架波音客机在空中撒钱。”可见,方兴未艾的商务会议正成为现代社会经济发展的标尺。

第一节 会议与商务会议

20世纪90年代以来,人类进入信息社会。我们不论是以个人还是以群体的方式进行交流的需要都在与日俱增,人们打电话、写短信、发传真,以及用

E-mail来交流信息、表达感情或者进行商务往来。但是，会议这种最为普遍的交流形式并没有退出历史舞台，反而扮演着越来越重要的角色。在当今世界上，几乎每时每刻都在举行着各种各样的会议，大到各种国际组织、国家机构，小到家庭内部或亲朋邻里，无论是国家之间建立外交关系，进行涉外交涉，还是一个国家、一个组织管理内部事务，对外开展政治、经济、科技、教育或文化方面的合作，抑或人们之间协调关系、交流思想、联络感情、解决矛盾，无不需要会议活动的帮助。会议活动已深深扎根于人类社会活动的各个领域，成为人类社会活动不可或缺的一种交往方式。而其中许多会议都属于商务会议的范畴。

一、什么是会议

要想了解什么是商务会议，我们必须首先探讨会议的含义。

（一）什么是会议

1. 会议是群体性的活动

人们在同自然界或社会的交往中，经常会有一些以个人的能力无法实现的目标或愿望，以及遇到一些必须解决但以个人能力又难以解决的矛盾。于是，人们通过集体讨论商议，相互启发，想出办法，战胜困难。会议正是为了满足人们的这种社会需要而产生的，并且随着这种社会需要的发展而发展。



小知识

《现代汉语词典》中对“会议”的解释是“有组织有领导地商议事情的集会”。“会”是聚合的意思，“议”是商议讨论。这个概念中隐含着参加会议的人数应该是三个或三个以上的信息，也就是说会议是一种群体性的活动。孙中山先生在《民权初步》中谈到：“凡研究事理而为之解决，一人谓之独思，二人谓之对话，三人以上而循有一定规则者，则谓之会议。”

当代西方也有学者认为，会议是两个或两个以上的人被邀聚会，听取报告，作出决定，从而采取某些合法行动的活动。

2. 会议是目的性很强的活动

无论是人类早期的氏族议事会，还是当代社会的国际性会议，都是为了解决一定的实际矛盾和问题而举行的，因而明确会议的目的非常重要。会议自身的目的一般是通过议题、议程和会议的结果来实现的，它既体现了会议组织者的愿望，也反映了全体与会人员的共同期盼，因而是会议活动最基本的驱动力。

3. 会议是组织有序的活动

会议,最初被称为“围立”,是指在开会的时候,民众站在会场的四周,并享有发言的权利。这是对人类早期议事活动生动直观的描述。“围立”是一种有组织的活动,当代社会的会议更是如此。即便是所谓的“自发性集会”,也需要有人进行协调才能求得一致。大多数的政府都规定,任何会议,即使是群众集会,也必须按一定的组织原则聚合众人,并应遵守相关的法律,不能自由行事。比如,英国在1817年颁布的《煽动集会法》就明确禁止在距皇宫及议会、法院1英里内的街道、空地、广场举行50人以上的群众集会,1936年颁布的《公共秩序法》对游行、集会的时间、地点、条件均作了限制。

会议的组织性和有序性还要通过制定会议的议事规则、建立会议的领导机构和工作机构、确定会议议程和会务程序等体现。重大的会议活动还应当事先拟订会议活动的书面预案。

4. 会议是一种以口头交流为主的多向性沟通活动

报告、发言、讲话、辩论等口头交流方式是与会人员传递信息、交流思想、表达意志和阐明立场的主要手段,也是会议的基本活动方式。严格来讲,没有口头交流的会议不是真正意义上的会议。当然,会议活动也可以辅之以其他手段,比如书面和音像。一些特殊的会议,亦可直接采用书面和音像等方式。

为了达到群策群力的目的,会议必须在与会者之间实现多向沟通而不是单向沟通。随着科技的迅猛发展,人们的沟通方式越来越多,现在人们可以通过E-mail、多媒体等种种形式进行沟通,但是,群体沟通是任何其他沟通方式都无法替代的,因为这种方式最直接、最直观,也最符合人类原本的沟通习惯。当代越来越多的学者、管理学家把会议解释为“一种会晤的行为或过程”,是“一种通常的正式的意见交换”,是“一种两人或更多的人对共同关心的事情的商讨”。



特别提示

会议是一种目的性很强、组织有序、以口头交流为主要方式的群体性、多向性沟通活动。

(二) 会议的目的

1. 集思广益

会议是一个集合的载体。会议可使不同的人、不同的想法汇聚一堂,相互碰撞,集思广益,从而产生“金点子”,如图1—1所示。许多高水准的创意就是开会期间不同观念相互碰撞的产物。

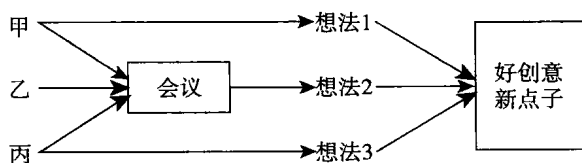


图 1—1 集思广益图

集思广益的会议目的常见于广告公司、媒体公司的会议。通过举行会议，形成新的构思，并且论证新构思，使其具有可行性。

2. 显示一个组织或一个部门的存在

会议总是在大于一人的情况下发生的。没有不开会的组织或部门；一个组织或部门不召开会议，它的存在价值就会受到质疑。可见，会议能够充分显示一个组织或部门的存在价值。组织或部门与会议的关系见图 1—2。

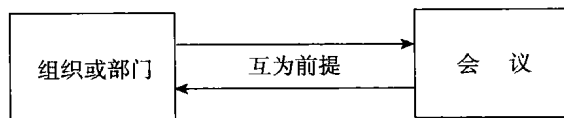


图 1—2 组织或部门与会议的关系

经理或主管为了体现自身的存在价值，更为了巩固自己的地位，也经常会召开一些上下协调会议。

3. 发布信息

在会议上，与会人员可以分享各种类型的信息。发布信息通常是专业社团举行会议的主要目的。通过会议还可以向与会人员通报一些决定及新决策，传达来自上级或其他部门的相关信息。

4. 监督员工、协调矛盾

许多公司或部门有召开例会的习惯，其主要目的是监督员工对工作任务的执行，了解员工的工作进度，同时借助会议这种“集合”的、“面对面”的形式来有效协调上下级以及员工之间的矛盾。

5. 达成协议与解决问题

达成协议与解决问题一般要经历以下 6 个步骤，见图 1—3。

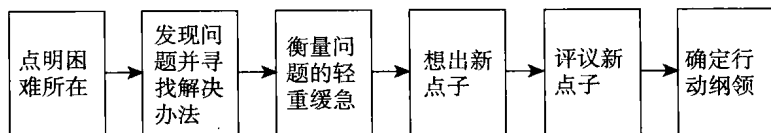


图 1—3 达成协议与解决问题的 6 个步骤

6. 资源共享

利用开会汇集资源，以期相互帮助，共同进步。

7. 激励士气

年初或年底召开的会议通常具有这一目的。这种会议主要是号召公司上下团结一致，朝着一个方向共同努力。

二、什么是商务会议

商务会议是会议的一种形式。随着社会的发展，人们对商务会议的理解越来越宽泛，不再将之局限于企业间的各种会议，而是赋予它更多的内涵。



特别提醒

凡是旨在进行经济、教育、科学、文化、体育等领域的传播交流，采取商业活动运作模式，向社会公开、具有一定规模、跨组织进行的会议，都属于商务会议的范畴。

美国《财富》杂志认为，以企业为招商对象的“财富论坛”是商务会议，四年一度的轰轰烈烈的奥林匹克运动会和世界杯足球赛是商务会议，以全体社会成员为对象、不定期举行的三大男高音演唱会也是商务会议。同样，一些规模和影响力都较小而专业性却很强的会议也属于商业会议，如某省市的农副产品交易会、全国名牌大学 MBA 教学研讨会等。

三、商务会议的功能

由于市场经济的发展和国际交流的增多，各种商务会议已经成为一种产业。虽然每个商务会议都有自身的目的和特点，但是对于与会者来说，它们却发挥着具有同样规律的、普遍趋同的功能。

（一）分享信息功能

现代社会是信息高度发达的社会，人们召开会议或者参加会议，无论是出于什么动机，也不管会议采取何种形式，其最基本的也是共同的目的就是传递或者获取信息。因此可以说，会议的基本功能就在于信息分享，其他功能都由此而生发。当然，人们接触和分享信息的途径和方式是多种多样的。现代科学技术的发展为人们接触、分享和利用信息提供了十分便利的条件，特别是互联网技术的普及使得多少年来人们关于“地球村”的梦想正在变为现实，世界各地的人们可以

不受时间和空间的约束在瞬间分享各种信息资源。

（二）探讨问题功能

商务会议以报告者和与会者之间进行面对面的问题探讨为主要特征而区别于其他信息媒介。即使是采取单纯的报告会形式，商务会议都有着明确的主题或议题，针对专门的问题进行探讨。

许多企业家和管理者一天到晚忙忙碌碌，根本没有专门时间汲取补充管理知识或与企业管理学家进行专门的探讨，长此以往，就变成了“井底之蛙”，既不了解宏观市场的情况，也不懂得企业存在的众多问题的实质。相关商务会议虽不能立竿见影地解决企业的实际问题，却能够通过报告者和与会者之间进行的专题探讨使与会者得到启发，有时候这种启发是非常重要的。

（三）交流经验功能

商务会议是企业间进行经验交流最有效的方式。2001 年在北京举行的 IT 行业人力资源管理论坛就邀请了雀巢公司、ABB 公司、摩托罗拉公司等世界知名企业的人力资源高层管理者作了专题报告，介绍这些成功企业是如何对人力资源进行管理和开发的；同时也邀请了国内成功企业的代表介绍他们的经验。这样的会议就具有突出的交流经验功能，而且效果比较好。

在这样的商务会议上，不仅报告者和与会者可以进行相关专题的沟通交流，而且在与会的人群和代表之间也可以进行交流，而这种主要以非正式形式进行的交流有时确实是十分有益的。比如，一个已经经营了 10 年之久的生产制造企业由于消息闭塞，一直没有建立一个可以进行控制管理的生产销售网络，通过参加一些市场营销论坛，该企业的负责人了解了其他企业行之有效的区域销售管理法，便邀请专家去该企业帮助建立区域销售管理机制，使得该公司的销售业绩大为改观。

利用商务会议这种交流方式，与会者之间除了进行一般性的经验交流之外，还可以对各自的地缘和资源的优势、劣势进行探讨，扩展自身的视野，并从中寻求对各自有用的商机。

（四）联络感情功能

会议是联络感情的纽带。会风较好的会议不仅为新老朋友的相聚提供了最佳场所，而且能够让人各抒己见，还能帮助解决问题，因而为许多人所期待。商务会议更是如此。在市场经济不断发展中，虽然企业之间存在着竞争，但是也存在着合作需要，特别是企业的经营者和管理者相互之间完全有必要进行各种有益的交流。西方一位哲人说过，没有人能是一个孤岛。来自四面八方的企业家和经理人相聚一堂，也是难得的交友机遇。大家在百忙当中抽出时间聚在一起，不

经意间结识了许多业界同行，许多人甚至成了好朋友，对成就各自的事业帮助很大。这也是商务会议受到企业家欢迎的另外一个原因。

第二节 商务会议的管理要素

从理论上讲，商务会议有着非常重要的意义，同时又发挥着诸多功能，但现实中能称得上是成功会议的例子却不多，大多数的会议不能达到预期的功效，这其中的原因是多方面的，但会议的管理不善无疑是重要的原因之一。



小知识

早在1972年，美国著名的企业管理专家麦克肯斯（MacKenzie）博士就在他的研究报告中作过这样的评论：“要世界上任何一个企业经理人列出3项最花时间的企业活动，‘开会’一定名列其中。受调查的200多个企业中，有超过1/3的受访者说，他们花在会议上的时间有一半是浪费掉的。而令人心惊的是，很少有人能确切说出来到底时间浪费在哪里。”

商务会议管理最大的问题有哪些？我们应该如何杜绝这种高成本、低效率的会议？要想解决这些问题，必须了解构成商务会议的基本要素以及商务会议的组织程序。

一、主办者



特别提示

商务会议的主办者是出资举行商务会议的组织的通称，其任务主要是根据会议的目标和规则制定具体的会议方案并加以实施，为会议活动提供必要的场所、设施和服务，确保会议正常举行。

为了保证整个会议的组织性和有序性，主办者是必不可少的。主办者一般有下列四种。

（一）领导机关主办

从管理的角度看，举行会议是领导机关工作的一种形式。领导机关往往通过

会议的形式宣布决定、传达指示、通报情况、布置工作、听取意见等。这时，会议的主办者一般称为会议召集者，同与会者之间具有上下级关系或管理上的领导和从属关系。

（二）发起者主办

一些协作性、交流性的商务会议，主办者常常由会议活动的发起者担任。比如国际性的学术会议，就是由一个组织发起并主办，或由几个组织联合发起并共同主办的。发起者和会议参与者不具有行政隶属关系，是合作关系。

（三）成员轮流主办

一些合作性的经济组织有召开经常性会议或例会（如年会）的制度，每一个成员单位都有主办会议的权利和义务，轮流主办会议可以使每一个成员单位的权利和义务达到平衡。如亚太经济合作组织每年召开的领导人非正式会议就是由成员国轮流主办的。

（四）经申请主办

一些重大的商务会议，尤其是具有一定政治影响力和经济回报率的国际性会议，需要依据申办竞争程序来确定谁是主办者。比如 2010 年的世界经济博览会，就是由各会员国提出主办会议的申请，经有关机构审查并通过表决来决定主办者的，最后的表决结果是中国赢得了这次世博会的主办权。

二、承办者



特别提示

承办者是指具体落实会议组织任务的机构和个人。

一般而言，会议的主办者就是承办者，但有时也有区分，比如 2010 年的世界经济博览会，主办者是中国，但具体承办者则是中国的上海。承办者要对主办者负责。有时主办者也会指定一个人或一个组织负责该会的组织工作。

（一）承办者的来源和类型

承办者既可以来自主办者内部，也可以来自主办者外部。如果一位内部承办者受命承办会议，他可能在筹备和正式开会期间临时增加一个不同于原来本职的职务，比如大会执行秘书长，会议结束后，这个职务自动解除。外部承办者通常是会议或相关行业中的专业人士或组织，目前这种会议承办服务公司已如雨后春笋般茁壮成长起来。会议外部承办者一般可分下述类型。

1. 私营承包商